

## Using nature to create

Die Emsland Group ist ein führender Hersteller von Stärkeveredlungsprodukten, Proteinen und Fasern, Kartoffelflocken und -granulaten. Aus Rohstoffen der Natur entwickelt die Emsland Group ganz im Sinne der Unternehmensphilosophie „using nature to create“ kreative und innovative Lösungen.

Die Emsland Group hat sich erfolgreich international als Partner der Nahrungsmittelindustrie etabliert und bietet eine umfangreiche Produktpalette innovativer, schnell gelierender Stärken für Süßwaren mit hervorragenden Produkteigenschaften wie z. B.

- gute Klarheit
- perfekte Elastizität der Gums
- schnelle Geliegeigenschaften, Alternative zu Gelatine
- Vegane Gums
- ideal für den Einsatz in Wein- und Fruchtgummis
- frei von Allergenen
- garantiert GMO-frei
- nicht thermoreversible Gelierung



A company of Emsland Group · Emsland-Stärke GmbH · Hauptwerk · Emslandstraße 58 · D-49824 Emlichheim  
Tel. +49(0)5943/81-0 · Fax +49(0)5943/81-205 · info@emsland-group.de · www.emsland-group.de



© www.freisign.de

## Ein Lichtschein am Ende der Fehlernährung?

**Vor wenigen Wochen hat die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) e.V. den Ernährungsbericht 2008 vorgelegt. Die Menschen in Deutschland essen demzufolge nach wie vor anders, als sie sich ernähren sollten. Das Wort essen kommt von „esse“ und heißt zu Deutsch „sein“. Daher stimmt auch der Satz „Du bist, was Du isst!“.**

Die Ernährungsaufklärung in Deutschland hat versagt, so der ehemalige DGE Präsident Professor Dr. Volker Pudel. Deutschlands bekanntester Ernährungspsychologe kann das auch erklären: Das Problem liegt in der Vermittlung der Ernährungsbotschaften. Solange diese rein rational vermittelt werden, wendet sich niemand einer gesünderen Ernährungsweise zu. Der aktuelle Ernährungsbericht zeigt die erschreckende Ausbreitung von Übergewicht und Adipositas auf:

Männer sind in allen Altersgruppen häufiger übergewichtig als Frauen. Normalgewichtige Männer sind bereits ab 35 Jahren in der Minderheit. Bei Frauen liegt die Grenze bei 55 Jahren. 68 % der Männer und 50 % der Frauen zwischen 18 und 80 Jahren sind übergewichtig. Im Vergleich dazu ist Untergewicht mit 0,7 % bei Männern und 1,9 % bei Frauen wenig verbreitet. Übergewicht ist insbesondere auf Fehl- und Überernährung sowie Bewegungsmangel auf

dem Boden einer genetischen Prädisposition und einer Vielzahl weiterer Umwelteinflüsse zurückzuführen.

Der Ernährungsbericht beschreibt, dass der Konsum von Gemüse und Obst leicht steigt. Zur Vermeidung ernährungs(mit)bedingter Krankheiten dürfte beitragen, dass der Verbrauch an Obst (+ 1,4 kg/Jahr) und Gemüse (+ 1,1 kg/Jahr) zugenommen hat. Leider essen noch immer weniger als 5 % der Bevölkerung ausreichend Gemüse und Obst.

Rückläufig sind der Verbrauch von Alkohol, Eiern, Fleisch, tierischen Fetten und Margarine. Demgegenüber steigt jedoch der Zuckerkonsum, auch in Form von Gummibonbons oder Gelee-Erzeugnissen sowie alkoholfreien Erfrischungsgetränken. Daraus lässt sich auch ein Versagen der Ernährungsaufklärung ableiten. Die eindimensionale Fokussierung auf die „bösen“ Fette hat dazu geführt, dass mehr Zucker verzehrt wird. Das ist ernährungsmedizinisch wenig sinnvoll.

Der Zuckerverbrauch der Deutschen hat seit 1995 um 400 g pro Kopf und Jahr zugenommen. Obwohl der Verbrauch von Gemüse und Obst in den letzten Jahren gestiegen ist, verlangsamt sich der Anstieg. Die Ziele der 5 am Tag Kampagne werden nicht erreicht und schließlich scheint die Kampagne zu scheitern.

### Getränke im Fokus

Mineralwasser ist das In-Getränk in Deutschland. Seit 1986 hat der Mineralwasser – Konsum um 4,4 l pro Kopf und Jahr zugenommen. Außerdem hat sich die in den Ernährungsberichten 2000 und 2004 aufgezeigte Tendenz eines rückläufigen Alkoholkonsums fortgesetzt. Hervorzuheben ist hier vor allem die Abnahme des Bierkonsums um 1,9 l pro Kopf und Jahr seit 1995. Gleichzeitig nimmt der Verbrauch energiereicher Erfrischungsgetränke um 2,4 l pro Kopf und Jahr zu. Aus ernährungsmedizinischer Sicht bleibt zu hoffen, dass der Alkoholkonsum endlich entscheidend zurückgeht und gleichzeitig der Konsum von zuckerreichen Softdrinks in den kommenden Jahren deutlich abnimmt. Der Konsum von zuckerhaltigen Softdrinks ist direkt mit der Übergewichtshäufigkeit korreliert. Aus ernährungsphysiologischer Sicht sind kalorienfreie Getränke ideal.

### Ernährungskonzepte und Diätlügen – Verwirrung in den Köpfen der Verbraucher

Auch wenn funktionelle Lebensmittel immer mehr den Einzug in die Küchen und auf die Teller und Gabeln sowie in die Gläser und Tassen der Menschen finden, halten leider viele Eigenschaften, die funktionellen Lebensmitteln zugeschrieben werden, einer wissenschaftlichen Überprüfung nicht stand. Das Ernährungsverhalten ist insbesondere von Gewohnheiten und dem sozialen Umfeld geprägt.

Aber auch die Werbung und die Marketingmaschinerie der Agrar- und Lebensmittellobby hat immer mehr Gewicht. Oftmals kommt es durch die



Informationsflut aber nicht zu einem zunehmenden Ernährungswissen, sondern vielmehr zu Verwirrung. Zudem entstehen immer mehr Ernährungsmärchen und Diätlügen. Je komplizierter die Ernährungsregeln sind, desto weniger Effekt haben sie. Bedauerlicherweise bestimmen insbesondere ausgewiesene Nicht-Experten die Kommunikation von Ernährungsinformationen. Nicht Diätassistenten oder Ernährungswissenschaftler, die auf ihre Aufgabe durch Ausbildung oder Studium vorbereitet sind, sondern Fernsehköche, Lebensmittelchemiker, die von Ernährungsmedizin und Ernährungsphysiologie praktisch keine Ahnung haben und eine Vielzahl von „Experten“ bestimmen durch Fehlinformationen und Geplapper die Ernährungsinformation der Bevölkerung. Die Hinwendung der Bevölkerung zu Vitamin- oder Mineralstoffpräparaten und Produkten, die funktionelle Zutaten enthalten, macht deutlich, dass viele Menschen an einer Gesundheitsförderung interessiert sind, die mög-

lichst nicht durch eine Ernährungsumstellung hervorgerufen wird. Vielmehr wünscht man sich Produkte, die in der Lage sind, Defizite und „Ernäh-

runngssünden“ auszugleichen. Aus ernährungsmedizinischer und -wissenschaftlicher Sicht kann eine wie auf immer gear-tete Nahrungsergänzung oder der Konsum von funktionellen Lebensmitteln aber eine insgesamt wenig gesundheitsförderliche Ernährungs- und Lebensweise nicht ausgleichen. Vielmehr ist es maximal möglich, eine in die richtige – also gesunde – Richtung weisende Ernährungsweise zu unterstützen. Aus psychologischer Sicht ist es natürlich leicht nachzuvollziehen, dass das Gros der Menschen in den westlichen Industrieländern schlicht und ergreifend zu bequem ist, sich gesundheitsbewußt zu verhalten. Das Ernährungsverhalten zu verändern gehört zu den kompliziertesten Modifikationsprozessen überhaupt.

### Konsequenzen und Folgen: Was ist zu tun?

Der Ernährungsbericht der Deutschen Gesellschaft für Ernährung zeigt insgesamt auf, dass sich viele Menschen trotz –

oder wegen – zunehmender Ernährungsaufklärung noch zu viele Lebensmittel aufnehmen, die die Gesundheit nicht entscheidend fördern, sondern vielmehr die Entwicklung von ernährungs(mit)bedingten Erkrankungen begünstigen. Solange den Menschen nicht vermittelt wird, dass eine gesunde Ernährungsweise keinesfalls mit einem großen Kostenaufwand verbunden, aber wohl-schmeckend ist, die Lebensqualität fördert und Krankheiten vorzubeugen in der Lage ist, kann sich das Ernährungsverhalten nicht einschneidend verändern und der Ernährungsbericht die Ergebnisse ausweisen. Die Handlungsträger in der Diät- und Ernährungsberatung – also die Diätassistenten, die Ernährungswissenschaftler und auch die Ernährungsmediziner – sind aufgefordert, ihre Botschaften endlich den pädagogisch-psychologischen Notwendigkeiten anzupassen und erlebnisorientiert im partnerschaftlichen Dialog zwischen Berater und Klient zu agieren. Ich gebe nicht auf und kämpfe weiterhin für eine gesundheitsbewußte Ernährungsweise. Kämpfen Sie mit und bringen Sie sich ein!

Ihr  
Sven-David Müller



**Autor: Sven David Müller**  
Medizin- und Foodjournalist, Diätassistent, Diabetesberater DDG sowie cand. MSc. of applied nutritional medicine Zentrum für Ernährungskommunikation, Diätberatung und Gesundheitspublizistik (ZEK), Berlin

Weitere Informationen:  
[www.svendavidmueller.de](http://www.svendavidmueller.de) ■